Culture and Folk Literature
E-ISSN: 2423-7000
Vol. 12, No.59
November-December 2024
Research Article

The Media Function of Political and Social Folk Ballads in the Qajar Era, Pre-Constitutional Period

Mehdi Mirkiaei* [1]

Received: 22/04/2024
Accepted: 09/08/2024

* Corresponding Author's E-mail: mehdimirkiaei@atu.ac.ir

Abstract

Research in different fields of political culture of subordinates in the history of Iran is very important. The ruling groups, in their narrative of the current situation, always claimed the prosperity of the country and the satisfaction of the subjects. The public should have challenged this narrative and shared their narrative with their equals. But this action required a media, a media that is immune from the supervision of the lord of power. What the masses of the people had at their disposal were various forms of popular culture. How the masses use these formats and choose some of them as a tool for informing is a point worthy of attention that should be investigated. Accordingly, this study aims to investigate the pre-constitutional period in the Qajar era, analyzing how folk ballads found media capability, and how the ballad media found political function in the face of the common people with the ruling elites. Our assumption is that the melodiousness of the folk songs and ballads, their short meters, the humor and the simplicity of the interpretations and descriptions, facilitated their memorization and encouraged the audience to transmit them, and the speed of their publication was also increased. On the other hand, the

1. Associate Professor, Department of History, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
http://www.orcid.org 0000-0003-3101-0378

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY- NC) license https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Culture and Folk Literature
E-ISSN: 2423-7000
Vol. 12, No.59
November-December 2024
Research Article

oral nature of this media allowed the speaker to see feedback and reactions. Audiences could also make their own changes in expressions or themes, which would, thus, become an interactive medium. In subordinate's political activism, folk songs and ballads escaped censorship due to their oral nature, and spread the information that subordinates disseminated through their media and strengthened horizontal links between the masses. This gave media the possibility of changing and manipulating the themes and expressions of the democratic facet ballad. The medium of folk songs and ballads had the function of granting social status and consolidating social norms like any other media that subordinates used against dominant groups.

Keywords: Qajar; Folk song; ballad; subordinates; pre- constitutional era.

Research background

Before this, no research was done about the media functions of ballads and songs in the political culture of the masses of people in different periods. Qasemi, in the book Iranian Press in the 20th Century, referring to the popular media in the absence of the press, only mentions the "Ballads" media along with media such as "Shab Nameh" (Qasemi, 2010, p. 83). Mohammad Panahi Semnani in his book History in Song (2004) has only collected songs that were created and popularized after some historical events, without analyzing them from different angles. In this work as well, the media features of the ballads have not been investigated.

Goals, questions, and assumptions

Research on various aspects of the political culture of the masses is one of the relatively neglected aspects of Iranian historiography. A significant part of popular political action was devoted to reacting to the narrative of the ruling elites about the current state of the country. The masses needed a media that would completely be at their disposal,

Culture and Folk Literature
E-ISSN: 2423-7000
Vol. 12, No.59
November-December 2024
Research Article

and on the other hand, would be safe from the control of the lord of power. What was available to the masses was various forms of popular culture. In the examination of this situation, the following questions were raised:

1. How did these ballads find media capability in those days and what are their media characteristics?

2. What are the functions of song and ballad as a medium in the social and political life of subordinates of that period?

The main discussion

The melodic nature of these ballads facilitated their memorization, which was an important step in helping to convey information. The shortness and humor of many of them encouraged the speakers and listeners to quote most of them, and the simplicity of the interpretations and expressions increased the number of their audience and incited the masses to find various political and social information in them. On the other hand, the oral nature of this media provided the possibility of quickly observing the audience's feedback and reaction, which helps the sender to intensify the impact on the audience by correcting or changing the context of the message. The audience of the ballad could make changes in it, therefore, both sides of the media played a role in creating the message and turned the ballad into an interactive medium. The orality of this medium provided the possibility to escape from censorship, and on the other hand, this oral transmission provided a kind of freedom in changing and manipulating themes and expressions, which gave it a democratic aspect.

Conclusion

The diverse media functions of political and social ballads in the pre-modern era are caused by the complexity of the political behavior of the masses of people. The first effect of the popular confrontation with

Culture and Folk Literature
E-ISSN: 2423-7000
Vol. 12, No.59
November-December 2024
Research Article

the ruling elites was seen in the spreading of the narratives of both sides, about the state of the society.

Based on the system of care and blame among themselves, the masses gave importance to political ballads, and in order to be more accepted among their equals, they used to quote and whisper these ballads, thus increasing the speed and scope of the ballad's distribution. But the audience of these ballads were not passive. The orality of the ballad provided a kind of freedom to change and manipulate it, which gave it a democratic facet, and on the other hand, it classified the ballad as an interactive media where both the speaker and the listener played a role in the formation of the message. This activity of the audience and their freedom in manipulating the form and content of the ballad is so much that we consider both the reader and the listener of the ballad as the "source". Moreover, the oral nature of this medium caused the speaker of the message or the reader of the ballad to quickly receive the reaction and feedback of the audience, to change the message in such a way that its impact becomes more intense.

دوماهنامهٔ فرهنگ و ادبیات عامه
سال ۱۲، شمـارهٔ ۵۹، آذر و دی ۱۴۰۳
مقالهٔ پژوهشی

کارکرد رسانه‌ای تصنیف‌های عامیانهٔ سیاسی و اجتماعی در عصر قاجاریه، دورهٔ پیشامشروطه

مهدی میرکیایی*[۱]

(دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۹)

چکیده

پژوهش در حوزه‌های مختلف فرهنگ سیاسی عامه در تاریخ ایران از اهمیت درخور اعتنایی برخوردار است. گروه‌های حاکم، در روایت خود از وضع موجود، همواره مدعی آبادانی کشور و رضایت رعایا بودند. عامهٔ مردم باید این روایت را به چالش می‌کشیدند و روایت خود را با هم‌ترازانشان به اشتراک می‌گذاشتند. اما این کنش، نیازمند رسانه بود، رسانه‌ای که مصون از نظارت ارباب قدرت باشد. آنچه توده‌های مردم در اختیار داشتند قالب‌های مختلف فرهنگ عامه بود. چگونگی بهره‌گیری توده از این قالب‌ها و انتخاب برخی از آن‌ها به‌عنوان ابزاری برای اطلاع‌رسانی نکتهٔ درخور توجهی است که باید مورد بررسی قرار گیرد. پرسش اینجاست که در دورهٔ پیشامشروطه در عصر قاجاریه تصنیف‌های عامیانه چگونه قابلیت رسانه‌ای

---

۱. دانشیار گروه تاریخ، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسندهٔ مسئول).
* mehdimirkiaei@atu.ac.ir
http://www.orcid.org 0000-0003-3101-0378

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY - NC) license https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

می‌یافتند و رسانهٔ تصنیف در مواجههٔ عامه مردم با نخبگان حاکم، چگونه کارکرد سیاسی پیدا می‌کرد؟ فرضیهٔ ما این است که آهنگین بودن تصنیف‌ها، وزن‌های کوتاه آن‌ها، طنزآمیز بودن و سادگی تعابیر و توصیفات، به خاطر سپردن آن‌ها را تسهیل و مخاطبان را به انتقال آن‌ها تشویق می‌کرد و سرعت انتشار آن‌ها نیز بیشتر می‌شد. از سویی شفاهی بودن این رسانه امکان مشاهدهٔ بازخورد و عکس‌العمل را برای گوینده فراهم می‌کرد. مخاطبان نیز می‌توانستند تغییرات دلخواه خود را در عبارات یا مضامین ایجاد کنند که به این ترتیب به یک رسانهٔ تعاملی تبدیل می‌شد. در کنشگری سیاسی عامه، ترانه و تصنیف به‌علت شفاهی بودن از سانسور می‌گریخت و ناقض اطلاعاتی را که نخبگان حاکم از رسانه‌های خود پراکنده می‌کردند منتشر و پیوندهای افقی را بین توده‌ها تقویت می‌کرد. از سوی دیگر، امکان تغییر و دستکاری در مضامین و عبارات تصنیف، وجهی دموکراتیک به این رسانه می‌بخشید. رسانهٔ تصنیف کارکرد اعطای جایگاه اجتماعی و تحکیم هنجارهای اجتماعی را همچون هر رسانهٔ دیگری دارا بود که توده‌های مردم در تقابل با گروه‌های حاکم از آن بهره می‌بردند. روش پژوهش توصیفی ـ تبیینی با استفاده از داده‌های درجهٔ اول از عصر قاجاریه است که به صورت کتابخانه‌ای گردآوری شده‌اند. پیش از این پژوهش مستقلی دربارهٔ کارکردهای رسانه‌ای تصنیف در حیات سیاسی عامه در دورهٔ قاجاریه، عصر پیشامشروطه انجام نشده است.

واژه‌های کلیدی: قاجاریه، پیشامشروطه، ترانه، تصنیف، عامه.

۱.مقدمه

پژوهش در وجوه گوناگون فرهنگ سیاسی توده‌ها از زوایای نسبتاً مغفول‌ماندهٔ تاریخ‌نگاری ایران است. بخش در خور توجهی از کنش سیاسی عامه به واکنش به روایت نخبگان حاکم از وضعیت موجود کشور اختصاص داشت؛ واکنشی که دربردارندهٔ روایت توده در نفی روایت گروه‌های حاکم بود. اما پراکندن این روایت به رسانه نیاز داشت، درحالی که رسانه‌های اندک آن دوران همچون جارچی‌ها و منبر، یا

در اختیار زمامداران بود یا زیر نظر دقیق آن‌ها. از همین رو توده‌ها به رسانه‌ای نیاز داشتند که از سویی کاملاً در اختیار آن‌ها باشد و از طرفی از گزند نظارت ارباب قدرت در امان باشد. آنچه در اختیار توده قرار داشت قوالب مختلف فرهنگ عامه بود و باید از این قوالب به‌عنوان ابزاری برای اطلاع‌رسانی بین خود بهره می‌بردند. اطلاعات فراوان اجتماعی و سیاسی که در ترانه‌ها و تصنیف‌های آن دوره به چشم می‌خورد شاهد آن است که توده‌های مردم، از میان قوالب گوناگون فرهنگ عامه، این قالب را به‌عنوان رسانه برگزیده‌اند. در بررسی این وضعیت، پرسش‌هایی پدید می‌آید: در آن دوران این تصنیف‌ها چگونه قابلیت رسانه‌ای پیدا می‌کردند و ویژگی‌های رسانه‌ای آن‌ها چیست؟ از سوی دیگر، ترانه و تصنیف چه کارکردهایی به‌عنوان یک رسانه در زندگی اجتماعی و سیاسی فرودستان آن دوره دارد؟

فرضیهٔ ما این است که آهنگین بودن این تصنیف‌ها به خاطر سپردن آن‌ها را تسهیل می‌کرد که گامی مهم در کمک به انتقال اطلاعات بود. کوتاه بودن وزن‌ها و طنزآمیز بودن بسیاری از آن‌ها گویندگان و شنوندگان را به نقل بیشتر آن‌ها تشویق می‌کرد و ساده بودن تعابیر و عبارات بر تعداد مخاطبان آن‌ها می‌افزود و توده‌ها را تحریض می‌کرد که اطلاعات سیاسی و اجتماعی مختلف را در آن‌ها بگنجانند، نکته‌ای که در بسیاری از ترانه‌ها و تصنیف‌های آن دوران شاهدش هستیم. از سویی ماهیت شفاهی این رسانه امکان ملاحظهٔ سریع بازخورد و عکس‌العمل مخاطب را فراهم می‌کرد که همین امر به فرستنده یاری می‌رساند تا با تصحیح یا تغییر بافت پیام، تأثیر بر مخاطب را تشدید کند. مخاطبان تصنیف می‌توانستند تغییراتی را در آن ایجاد کنند. از همین رو هر دو سوی رسانه در ایجاد پیام نقش داشتند و تصنیف را به رسانه‌ای تعاملی تبدیل می‌کردند. تصنیف‌ها در حیات سیاسی مردم در آن دوران کاربردهای متنوعی پیدا

می‌کردند. شفاهی بودن این رسانه امکان فرار از سانسور را فراهم می‌کرد و از طرفی این نقل شفاهی نوعی از آزادی در تغییر و دستکاری در مضامین و عبارات را فراهم می‌آورد که به آن وجهی دموکراتیک می‌بخشید. عامه برای آنکه در بین هم‌ترازان خود بهتر پذیرفته شوند بر خواندن و زمزمهٔ این تصنیف‌ها اصرار داشتند و همین وضعیت، انتشار آن‌ها را تقویت می‌کرد. تصنیف‌ها با انتقال اطلاعات به اطلاع‌رسانی‌های گروه‌های حاکم واکنش نشان می‌دادند. از همین رو به تقویت پیوندهای افقی در میان مردم در برابر پیوندهای عمودی که حکومت قاجاریه مشوق آن بود دامن می‌زدند. همچنین با اعطای پایگاه اجتماعیِ درخور، آن گونه که توده‌ها تشخیص می‌دادند و معمولاً در تقابل با پایگاهی بود که نخبگان حاکم به افراد و گروه‌ها می‌بخشید، به کنشگری سیاسی می‌پرداختند و با تقبیح برخی ناهنجاری‌های اخلاقی نزد برخی از ارباب قدرت به تحکیم هنجارهای اجتماعی و اخلاقی می‌پرداختند که این هر دو از کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها به شمار می‌روند.

با توجه به ماهیت میان‌رشته‌ای موضوع پژوهش، چهارچوب نظری آن ترکیبی از نظریه‌هایی در سه حوزهٔ تاریخ، جامعه‌شناسی سیاسی و ارتباطات است. در این میان، با مبنا قرار دادن نظریهٔ «روایت‌های نهانی» از جیمز سی. اسکات[1]، در تشریح رفتار سیاسی عامه در جهان پیشامدرن، سایر نظریه‌ها را با آن تطبیق داده‌ایم.

۲.پیشینهٔ پژوهش

پیش از این پژوهشی دربارهٔ کارکردهای رسانه‌ای تصنیف و ترانه در فرهنگ سیاسی توده‌های مردم در ادوار مختلف انجام نشده است. سید فرید قاسمی در کتاب *مطبوعات ایران در قرن بیستم* هنگامی که از رسانه‌های مردمی در غیاب مطبوعات یاد می‌کند فقط

از «رسانهٔ تصنیف» در کنار رسانه‌هایی همچون «شب‌نامه» نام می‌برد (قاسمی، ۱۳۸۰، ص.۸۳). محمداحمد پناهی سمنانی نیز در کتاب *تاریخ در ترانه* (۱۳۸۴) تنها به گردآوری ترانه‌هایی پرداخته است که درپی برخی حوادث تاریخی ساخته شده و رواج یافته‌اند، بی آن که دغدغهٔ تحلیل آن‌ها را از زوایای گوناگون داشته باشد. در این اثر نیز، ویژگی‌های رسانه‌ای تصنیف‌ها بررسی نشده‌اند.

۳.چهارچوب نظری

ماهیت میان‌رشته‌ای موضوع پژوهش که مرکب از تاریخ، جامعه‌شناسی سیاسی و ارتباطات است ایجاب می‌کند که دیدگاه نظری آن نیز ترکیبی از نظریه‌های مطرح در این سه رشته پیرامون فرهنگ سیاسی عامه باشد. جیمز سی. اسکات، جامعه‌شناس سیاسی، که پژوهش‌های خود را بر رفتار سیاسی عامه، به‌ویژه در جهان پیشامدرن، متمرکز کرده است. در نظریهٔ «روایت‌های نهانی»[۲] واکنش خشونت پرهیز آن‌ها را به سلطه، در سه سطح تقسیم‌بندی می‌کند. توده‌های مردم در گام نخست، به تأیید ادعاهای نخبگان حاکم می‌پردازند تا بتوانند براساس این ادعاها امتیازاتی از آن‌ها بگیرند. اما در گام دوم و در نهان‌گاه‌ها و محافل امن به نقد قدرت می‌پردازند. این انتقادها روایت نهانی آن‌ها را می‌سازد و در گام سوم تلاش می‌کنند این روایت نهانی را در میان جامعه و با سایر هم‌ترازان خود به اشتراک بگذارند. در اینجاست که به رسانه‌ای توده‌ای نیازمندند تا روایت خود را که در تقابل با روایت نخبگان حاکم است در سطح جامعه پراکنده کنند، اما آنچه در اختیار دارند تنها قالب‌های مختلف فرهنگ عامه است. آن‌ها در این مرحله از استتارهای ساده و پیچیده بهره می‌برند. در استتار ساده، پیام، آشکار ولی پیام‌دهنده پنهان است، همچون فردی که در کوچه‌ای تاریک انتقادی را فریاد

می‌زند و می‌گریزد. اما در استتار پیچیده، پیام پنهان ولی پیام‌دهنده آشکار است. در اینجا عامه به سخنان دوپهلو متوسل می‌شوند که دارای یک مضمون سیاسی و یک مضمون خنثی است تا اگر گماشتگان حکومت ایشان را بازخواست کردند به معنای خنثای آن متوسل شوند؛ در این وضعیت است که پای قالب‌های مختلف فرهنگ عامه همچون قصه، ضرب‌المثل، ترانه و ... به میان می‌آید (اسکات،۱۹۹۰، ترجمهٔ خاکباز، ۱۳۹۶، ص. ۳۱). یکی دیگر از کنش‌هایی که اسکات در میان فرودستان رصد کرده است طراحی یک نظام «مراقبت و ملامت» در میان توده‌هاست: آن‌ها کسی را که سعی می‌کند به نخبگان حاکم نزدیک شود نشان می‌کنند و مجازات‌هایی را علیه او اعمال می‌کنند؛ از اطوار کوچک حاکی از ناخرسندی تا طرد کامل و البته ارعاب و خشونت فیزیکی (اسکات، ۱۹۹۰، ترجمهٔ خاکباز، ص. ۱۴۳). این چهارچوب مراقبت فرودستان از یکدیگر در نظریه‌های رسانه‌ها در نظریهٔ «مارپیچ سکوت» از الیزابت نوئل نویمان[۳] بازتاب یافته است: «اکثر افراد در داشتن نگرش‌ها و عقایدی معین در تنهایی از جدایی پرهیز می‌کنند. بنابراین فرد، محیط خود را مشاهده می‌کند تا دریابد که چه دیدگاهی فراگیر یا دارای قدرت و کدام یک کم‌تأثیرتر یا در حال افول است. اگر فرد معتقد باشد که دیدگاه‌های او در میان آن‌هایی است که در دستهٔ دوم قرار دارند تمایل کم‌تری به بیان آن‌ها دارد و این درست به خاطر ترس از انزواست و بدین ترتیب عقیدهٔ غالب یا پیروز تمایل دارد که حتی بیشتر از قبل فراگیر شود» (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی، ۱۳۸۸، ص.۱۱۳).

پراکندن این روایت‌ها بخشی از ارتباطات افقی در جامعه است که پاتریشیا کرون در «کالبد شکافی جامعه‌های ماقبل صنعتی» به آن پرداخته است. به بیان کرون، در جوامع پیشامدرن که توزیع قدرت، ساختاری هرمی داشت و شاه در رأس هرم و توده‌ها در

قاعدهٔ هرم قرار داشتند، برقراری ارتباطات افقی بین مردم برای حکومت خوشایند نبود و دربارها بیشتر متمایل بودند که توده‌ها با برقراری ارتباط‌های عمودی تنها با رأس هرم یا اجزای حکومت مرتبط باشند (کرون، ۲۰۰۳، ترجمهٔ جعفری، ۱۳۹۵،ص. ۱۳۵). اما از سویی نیز این حکومت‌ها تنها در حداقل امور معیشتی مردم دخالت می‌کردند و «دولت‌های حداقلی» را می‌ساختند و این وضعیت، سبب‌ساز شکل‌گیری محافل خودسامان در میان مردم می‌شد (کرون، ۲۰۰۳، ترجمهٔ جعفری، ۱۳۹۵، ص.۱۰۰) که نمونهٔ برقراری ارتباطات افقی در بین توده‌ها بود. بخشی از این محافل خودسامان برای جست‌وجوی اخبار صحیح از درون حاکمیت و سپس انتشار آن شکل می‌گرفت تا توده‌ها به راستی‌آزمایی آنچه حکومت منتشر می‌کرد بپردازند. این وضعیت در «نظریهٔ هنجاری مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها»[۴] توسط لیزا مولر[۵] توصیف شده است. مولر رسانه‌ها را از سویی دارای کارکرد برقراری ارتباط عمودی بین حکومت و مردم برای «انتقال اطلاعات از حوزه‌های تصمیم‌سازی سیاسی» به توده‌ها می‌داند و از طرفی ابزار برقراری ارتباط افقی بین مردم (محسنیان راد، ۱۳۹۵، ص. ۴۴۹).

اما شکل‌گیری این پیام‌ها برای برقراری ارتباط‌های افقی، در محافل امنی رخ می‌دهد که اسکات آن‌ها را «گهوارهٔ روایت‌های نهانی» می‌نامد و می‌توان آن را هم‌ارز «گروه‌های اولیه» در نظریهٔ رایلی‌ها به شمار آورد. هنگامی که جان وایت رایلی و متیلدا وایت رایلی[۶] به نقش گروه‌های اولیه و گروه‌های مرجع در فرایند ارتباط می‌پردازند می‌توانیم ارتباط و پلی را بین نظریهٔ روایت‌های نهانی از یک سو و دیدگاه آنان از سوی دیگر ترسیم کنیم. گروه‌های اولیه را نزدیک‌ترین دوستان و خویشاوندان افراد مثل خانواده تشکیل می‌دهند و گروه‌های مرجع گروه‌هایی هستند که افراد با کمک آن‌ها رفتار و دیدگاه‌ها و ارزش‌های خود را تعریف می‌کنند (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی،

۱۳۸۸، ص.۵۲). رایلی‌ها معتقدند «فرد به‌عنوان ارسال‌کننده یا دریافت‌کنندهٔ پیام، اغلب تحت تأثیر گروه اولیه است. به‌عنوان ارسال‌کننده، این تأثیرپذیری، خود را به شکل انتخاب و شکل دادن به پیام به روش‌های خاصی نشان می‌دهد و به‌عنوان گیرنده، ممکن است تحت هدایت این گروه‌ها پیام‌ها را انتخاب یا درک کند و نسبت به آن‌ها واکنش نشان دهد» (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی، ۱۳۸۸، ص.۵۳).

اسکات در نظریهٔ روایت‌های نهانی، سلطه را در سه ساحت مادی، منزلتی و ایدئولوژیک رصد کرده است، تلاش عامه را برای خنثی‌سازی سلطه در هر سه قلمرو تشریح می‌کند. در سلطهٔ مادی، نخبگان حاکم با بهره‌گیری از خشونت عریان، ارادهٔ خود را در میان توده‌ها اعمال می‌کنند که نتیجهٔ آن دریافت مالیات، کار اجباری، زورستانی و ... است. در سلطهٔ منزلتی، گروه‌های مسلط تلاش می‌کنند برتری و سیادت ذاتی خود را به عامهٔ مردم ثابت کنند. این ساحت از سلطه به تکاپوی گروه‌های حاکم برای اثبات برتری تکوینی و جوهری خود بر سایر مردم اختصاص دارد. در سلطهٔ ایدئولوژیک نیز ارباب قدرت تلاش می‌کنند با بهره بردن از جهان‌بینی‌های مختلف از یک سو نابرابری‌ها را توجیه کنند و از سوی دیگر، توده‌ها را به تمکین وادارند (اسکات، ۱۹۹۰، ترجمهٔ خاکباز، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۴). سلاح عامه در واکنش به تکاپوی نخبگان مسلط، انتشار اخباری است که از سویی قدرت نظامی حاکمان را تحقیر کند تا سلطهٔ مادی آن‌ها به چالش کشیده شود، ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها زیر سؤال برود تا سلطهٔ منزلتی بی‌اثر شود و عدم تقید آن‌ها به ایدئولوژی حکومت از پرده بیرون انداخته شود تا سلطه ایدئولوژیک رنگ ببازد (همان، ص. ۱۲۴). این مواجهه با سلطهٔ منزلتی، با کارکرد اعطای «پایگاه اجتماعی»[۷] توسط رسانه در نظریه‌های ارتباطات متناظر است. دن لافی[۸] در تبیین کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها معتقد است رسانه‌ها دارای کارکرد

اعطای پایگاه اجتماعی هستند؛ یعنی به افراد، سازمان‌ها، جنبش‌های اجتماعی و مسائل عمومی، شأن و منزلت اعطا می‌کنند. او همچنین معتقد است رسانه‌ها به تحکیم هنجارهای اجتماعی می‌پردازند و با «نشان دادن» شرایطی که در تضاد با اخلاق عمومی جامعه است کنش اجتماعی سازمان‌یافته‌ای را آغاز می‌کنند (لافی، ۲۰۰۷، ترجمهٔ نوربخش، ۱۳۹۶، ص. ۴۴). این کنش اجتماعی سازمان‌یافته نیازمند رسانه‌ای توده‌ای است که از گزند نظارت و سانسور نخبگان حاکم در امان باشد؛ به‌ویژه آنکه در دوران پیشامدرن شاهد تنوع رسانه‌ها نیستیم.

۳ـ۱. رسانهٔ عامه در دوران پیشامدرن

رسانه را در ساده‌ترین تعریف آن «ابزار انتقال پیام» و «واسطهٔ ارتباط» دانسته‌اند. اما این تعریف ساده با کوشش پژوهشگران برای روشن شدن زوایای مختلف چنین پدیده‌ای، پیچیده‌تر شده و به ویژگی‌های بیشتری از آن اشاره شده است. چنین تعاریفی رسانه را به عناصری مشخص، از مرحلهٔ شکل‌گیری پیام در ذهن فرستنده تا تأثیری که بر ذهن گیرندهٔ پیام می‌گذارد، تجزیه کرده‌اند. همچون دیدگاه لاسول[۹] در نظریهٔ زنجیرهٔ ارتباطی: «چه کسی؟ چه چیزی را می‌گوید؟ در چه مجرایی؟ به چه کسی؟ و با چه اثری؟» (همان، ص. ۱۷). برداک[۱۰] هم متغیرهای جدیدی را به موارد بالا اضافه می‌کند: «تحت چه شرایطی؟ و به چه منظوری؟» (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی، ۱۳۸۸، ص. ۲۱). تلاش برای ارائهٔ تعریفی جامع از رسانه به استخراج نُه عنصر مشترک از کوشش‌های ارتباطی انجامید: «پیام، منبع، نشانه‌گذاری، کانال، انتقال‌دهنده، دریافت‌کننده، نشانه‌گشایی، بازخورد و پارازیت» (محسنیان راد، ۱۳۹۵، ص. ۲۱).

اما در این میان تمرکز کم‌تری بر ارتباطات و رسانه‌های پیشامدرن صورت گرفته و بیشتر نظریه‌پردازی‌ها معطوف به فضای رسانه‌ای عصر مدرن بوده است. پژوهشگران معدودی که ارتباطات سنتی را مطالعه کرده‌اند این ارتباطات را با این عبارات تعریف کرده‌اند: «ارتباطات انسانی، شفاهی، چهره به چهره و بی‌واسطهٔ فردی و گروهی» (فرقانی، ۱۳۸۲، ص. ۷). در این گونه از ارتباطات، برقرارکنندگان ارتباط یا ارتباط‌گران (مذهبی، سیاسی، فولکلوریک) شیوه‌های القا و تأثیرگذاری (وعظ، خطابه، روضه‌خوانی، نقالی و...) و حتی مکان‌های خاص ارتباطات (مسجد، قهوه‌خانه، تکیه و...) رصد شده‌اند (فرقانی، ۱۳۸۲،ص. ۹).

در همین پژوهش‌های اندک پیرامون رسانه‌های سنتی هم، پژوهشگران عموماً به رسانه‌هایی که در اختیار حکومت یا نخبگان بودند همچون جارچی‌ها و منبر اشاره دارند و کنجکاوی خاصی برای یافتن رسانه‌هایی که مختص توده‌های مردم بودند صورت نگرفته است. به‌عنوان نمونه در نظام رسانه‌ای که در زیر پیشنهاد شده، محتوا فقط پیام‌های «تجویزی» است که ویژهٔ حکمرانان یا اهل منبر است:

«که می‌گوید؟ (منبع): سلسله‌مراتبی (مبتنی بر وضعیت اجتماعی)

چه می‌گوید؟ (تجویزی)

به چه کسانی می‌گوید؟ (مخاطب): مخاطبان ابتدایی (گروه‌های اولیه)

چگونه می‌گوید؟ (مجرا): شخصی (چهره به چهره)» (فرقانی، ۱۳۸۲،ص. ۳۱).

در جوامع پیشامدرن «حافظهٔ انسانی» نقشی ویژه و سزاوار توجه در حفظ میراث فکری، فرهنگی، اعتقادی و حتی علمی داشت و سخن منظوم آسان‌تر در حافظه می‌ماند. از همین رو بسیاری از این افکار و باورها در قالب اشعار و ترانه‌ها به خاطر سپرده شده، به دیگران منتقل می‌شد. به این ترتیب «ادبیات شفاهی تنها روش ارتباطی

مورد نیاز بود» (لافی، ۲۰۰۷، ترجمهٔ نوربخش، ۱۳۹۶، ص. ۶۷). این دیدگاه بر «جایگاه حافظه» در نظام «حفظ اندیشه‌ها و هنجارهای جامعه» در جهان پیشامدرن مبتنی است: سهولت به حافظه سپاریِ فراگرفته‌های شفاهی منظوم، اعتقادات و افکار مورد نظر را به قالب اشعار، کلام آهنگین و داستان‌ها و اسطوره‌ها می‌ریخت (فرقانی، ۱۳۸۲، ص. ۱۸). برخی نظریه‌پردازان معتقدند که این رسانه‌های شفاهی «نخست در پاره شبکه‌های اجتماعی[۱۱] همچون آبادی‌های جدا از هم و محلات در شهرها شکل می‌گرفتند و در صورتی که رویدادی برای افکار عمومی مهم‌تر بود اتصال پاره‌شبکه‌ها بیشتر شده، شبکه‌های اجتماعی از مجموعهٔ وسیعی از پاره‌شبکه‌ها به وجود می‌آمدند» (محسنیان راد، ۱۳۹۵، ص. ۲۴۷). به این ترتیب، رسانه‌های عامه را باید در ادبیات شفاهی منظوم آن‌ها جست‌وجو کرد.

۳ـ۲.کلام و موسیقی در تصنیف

تصنیف را می‌توان گونه‌ای از شعر فارسی دانست که به ذائقهٔ عامه نزدیک‌تر است؛ هم در زبان، هم مضامین و هم تصویرسازی‌ها. این گونه، از سوی دیگر، پیوندی عمیق با موسیقی دارد. تصنیف‌ها در بیشتر اوقات «به زبان محاورهٔ عمومی ساخته می‌شوند ... [مضامین آن‌ها] با بیانی ساده و بدون شاخ و برگ شاعرانه ادا شده است» (آرین‌پور، ۱۳۷۸، ج.۲/ ص. ۱۵۳).

زبان محاوره، زبان همیشگی تصنیف‌ها نیست و «گاهی شیوهٔ گفتار محاوره و ادبی با هم توأم می‌شود» (مهاجری‌زاده، ۱۳۸۹، ص.۵۷). در هر حال، زبان آن ساده‌تر از زبان سایر گونه‌های شعری است و معمولاً در تصنیف‌ها با تصویرسازی‌های پیچیده و بهره‌گیری از صنایع لفظی و معنوی پرتکلف مواجه نمی‌شویم. تصنیف «از حیث لفظ و

معنا دارای کمال سادگی است. تشبیه‌های نادر و کنایه و ایهام و سایر صنایع لفظی و تکلفات معنوی و ترکیب‌های مأخوذ از زبان عربی در آن‌ها دیده نمی‌شود» (ملاح، ۱۳۶۷، ص.۱۵۰).

تصنیف به ادبیات نخبه‌گرا تعلق ندارد. مخاطب تصنیف‌ها عموماً مردم عادی کوچه و خیابان هستند. این مخاطب، رنگ خود را بر این گونهٔ ادبی می‌زند و اشعاری را طلب می‌کند که فهم آن‌ها سهل و آسان باشد. «مردم عادی هنگام سخن گفتن جز بیان مطلب غرضی ندارند، پس تصنیف‌های مردم هم باید ساده باشند و پیچیدگی‌های صنایع ادبی چندان به آن‌ها راه نیافته باشد» (ملاح، ۱۳۶۷، ص. ۱۵۱).

کلامی با چنین ویژگی‌هایی، پیوندی عمیق نیز با موسیقی دارد؛ به گونه‌ای که برخی معتقدند تصنیف «کلامی است که برای آواز سروده شده است» (فاضل، ۱۳۷۹،ص. ۷۷).

وزن، قافیه و ردیف در سایر گونه‌های شعری نیز گواه حضور موسیقی در آن‌هاست، اما غلبهٔ موسیقی در تصنیف به حدی است که انتخاب وزن و ترکیب عبارات و واژه‌ها «با الحان و موسیقی و نغمه‌های زیر و بم ساز و آواز جفت و دمساز شود» (آرین‌پور، ۱۳۷۸، ج.۲/ ص. ۱۵۳). اگر وزن اشعار متعارف، متناسب با بحور عروضی است در تصنیف «وزن عروضی و ایقاعی هر دو دیده می‌شود» (همان، ج.۲/ ص. ۱۵۳). اما در اینجا باز هم تفاوتی دیگر چهره‌ای منحصربه‌فرد به تصنیف‌ها می‌بخشد. این وزن، چه عروضی و چه ایقاعی، ثابت نیست و «ناگهان به اقتضای موسیقی تغییر می‌کند» (مهاجری‌زاده، ۱۳۸۹، ص.۵۷). حتی گاهی نیز برای همراه شدن با موسیقی «از وزن عروضی خارج می‌شود، ولی همچنان دارای ایقاع است» (همان). این وزن‌ها معمولاً «کوتاه و دو رکنی» هستند و غالباً قافیه در انتهای هر دو رکن دیده می‌شود (همان، ص.۵۷).

این ویژگی‌ها باعث شده برخی به این باور برسند که در تصنیف، موسیقی، خود را به کلام تحمیل می‌کند؛ به گونه‌ای که «ملودی» و «ریتم» را حاکم بلامنازع تصنیف می‌دانند و «این سیطره در شکل‌گیری و تغییر ساختار کلام تصنیف، اعم از نظام قافیه، طول مصراع‌ها، وزن عروضی و تکرارها» دیده می‌شود (گرجی، ۱۳۹۶، ص.۱۳۷). کوتاه و بلند شدن مصراع‌ها از ویژگی‌های بسیاری از تصنیف‌هاست که متأثر از «نظام موسیقایی و خاستگاه ملودیک» آن‌هاست (همان، ص.۱۳۷). با وجود این سلطهٔ موسیقایی، آهنگ تصنیف‌ها «ساده و تک‌صدایی» است (کاظمی، ۱۳۸۰، ص.۳۹). این سادگی، گاه به حدی است که والنتین ژاکوفسکی تصنیف‌ها را «نثر سادهٔ ضربی» می‌خواند (آرین‌پور، ۱۳۷۸، ج.۲/ص.۱۵۳). برخی این سادگی ملودی و ضرب‌آهنگ تصنیف‌ها را همچون کلام آن‌ها، متأثر از زندگی ساده و بی‌پیرایهٔ عامهٔ مردم دانسته‌اند (کاظمی، ۱۳۸۰، ص.۳۹).

۳ـ۳.ترانه و تصنیف در عصر قاجاریه

فراوانی ترانه‌ها و تصنیف‌هایی که دربارهٔ موضوعات مختلف اطلاع‌رسانی می‌کردند توجه ناظران و گزارشگران عصر قاجاریه را جلب کرده است. ادوارد براون [۱۲]در سفرنامهٔ خود، *یک سال در میان ایرانیان*، می‌نویسد: «ایرانیان دارای تعداد نامحدودی ترانه‌اند که آن‌ها را در کتاب‌ها نمی‌بینید و ممکن است بعضی‌شان بامزه و خنده‌دار نباشند، اما قطعاً بامناسبت هستند.» او سپس قطعه‌ای از ترانه‌ای را نقل می‌کند که دربارهٔ چگونگی ساخته شدن عمارت دلگشا به دست فتحعلی خان صاحب دیوان در شیراز پراکنده شده بود:

«دلگشا را ساخت زیر سُرسُرک

دلگشا را ساخت با چوب و فلک
حیف دلگشا
حیف دلگشا» (براون، ۱۸۹۰، ترجمهٔ صالحی علامه، ۱۳۸۶، ص. ۳۰۷).

در این قطعهٔ بسیار کوتاه، هم به محل ساختن عمارت دلگشا، زیر سنگ سُرسُرک که در نزدیکی تنگ الله اکبر شیراز قرار داشت، اشاره می‌شود و هم به ستمی که بر کارگران و مردم عادی در طول ساختن آن رفته است. وزن سادهٔ آن خواندن و تکرارش را برای مخاطب جذاب‌تر می‌کند. همچون بسیاری از تصنیف‌ها دارای ترجیع است (حیف دلگشا) که وزن آن با وزن بقیهٔ تصنیف متفاوت است. از سوی دیگر، از واژهٔ عامیانهٔ (حیف) بهره می‌برد که باز هم آن را به ذائقهٔ عامه نزدیک‌تر و سرعت انتشار آن را بیشتر می‌کند.

یا ترانهٔ کوتاهی که در دوران قحطی هولناک ۱۲۸۸ق در تهران پراکنده شده بود و هم دربارهٔ قیمت نان اطلاع‌رسانی می‌کند، هم رفتن شاه به کربلا در اوج قحطی و هم بی‌تدبیری عیسی خان، وزیر تهران:

«شاه کج کلا
رفته کربلا
گشته بی‌بلا
نان شده گران
یک من یک قران
یک من یک قران
ما شدیم اسیر
از دست وزیر
از دست وزیر» (مستوفی، ۱۳۷۷، ج.۱/ص. ۱۱۰).

در این ترانه منظور از وزیر، میرزا عیسی، وزیر تهران، است که مسئولیت تأمین غلات و نان شهر به عهدهٔ او بود. وزن کوتاه این تصنیف، به خاطر سپردن آن را تسهیل می‌کند که همین نکته نیز به انتشار سریع آن یاری می‌رساند. از سوی دیگر، مضمون محوری تصنیف در ترجیع‌ها دیده می‌شود که یکی قیمت نان است (یک من یک قران) و دیگری مسئولیت میرزا عیسی در این گرانی است که با تکرار (از دست وزیر) بر آن تأکید می‌شود. سازندگان تصنیف‌ها عموماً مفاهیمی را که باید بر آن‌ها تأکید می‌شد در ترجیع یا برگردان تصنیف‌ها می‌گنجاندند (گرجی، ۱۳۹۶، ص.۱۴۷).

ادوارد یاکوب پولاک[۱۳]، طبیب ناصرالدین‌شاه، دربارهٔ محتوای تصنیف‌ها می‌نویسد: «در این اشعار، اتفاقات رسوا به اطلاع قاطبهٔ مردم می‌رسد» (پولاک، ۱۸۶۵، ترجمهٔ جهانداری، ۱۳۶۸، ص. ۱۹۰).

طنزآمیز بودن بسیاری از این تصنیف‌ها نیز بر جاذبهٔ آن‌ها می‌افزود. گوبینو[۱۴] می‌گوید: «ترانه‌سرایی نیز مورد توجه ایرانیان است؛ ولی باید حتماً جدید باشد. بسیاری از ترانه‌ها طنزآمیز است» (گوبینو، ۱۸۵۹، ترجمهٔ هوشنگ مهدوی، ۱۳۶۷، ص. ۴۲۹)؛ همچون ترانه‌ای که در شیراز پس از عزل فرهادمیرزا معتمدالدوله از حکومت منتشر شد و به این تصور همسر او اشاره دارد که دختردار شدنش موجبات عزل او را فراهم آورده است:

«هوا به این پر نمی
شیراز به این خرمی
شازده چرا درهمی؟
شازده چرا می‌روی؟
از قدم دخترم

خاک سیاه بر سرم» (ژوکوفسکی، ۱۹۰۳، به کوشش نوایی، ۱۳۸۲، ص. ۸۳).

سادگی تعابیر و روان بودن این ترانه‌ها باعث می‌شد کودکان از حاملان و خوانندگان اصلی آن‌ها در کوچه و خیابان باشند. وضعیتی که دستگیری و تنبیه خوانندگان را برای نظمیه دشوارتر می‌کرد. عبدالله مستوفی دربارهٔ انتشار تصنیف «آبجی مظفر» با ترجیع‌بند «آبجی مظفر چرا نون گرونه؟ آبجی مظفر چرا گوشت گرونه؟» می‌نویسد: «این تصنیف را بچه‌ها در کوچه‌ها حتی گاهی با دسته‌های پنج، شش نفری می‌خواندند» (مستوفی، ۱۳۷۷، ج.۲./ص۴۴). کلنل کاساکوفسکی[۱۵]، رئیس بریگاد قزاق، هم می‌نویسد: «چند روزی نگذشت که کودکانِ کوچه و بازار بی‌ملاحظه آن را می‌سرودند» (کاساکوفسکی، ۱۹۶۰، ترجمهٔ جلی، ۱۳۴۴، ص. ۱۴۳).

تمام این ویژگی‌ها یعنی وزن‌های کوتاه، روان بودن اشعار، طنزآمیزی و تصویرسازی‌های ساده بر تمایل شنوندگان به نقل دوبارهٔ آن‌ها می‌افزود و سرعت انتشار ترانه‌ها را بیشتر کرده، قابلیت رسانه‌ای آن‌ها را بالا می‌برد. کلنل کاساکوفسکی در اشارهٔ مذکور به ترانهٔ آبجی مظفر می‌گوید: «این شعر به سرعت پرندگان در تمام شهر منتشر شد» (کاساکوفسکی، ۱۹۶۰، ترجمهٔ جلی، ۱۳۴۴، ص. ۱۴۳).

والنتین ژوکوفسکی[۱۶] که در سال‌های پایانی حکومت ناصرالدین شاه و آغاز عصر مظفری برای گردآوری ترانه‌های عامیانه به ایران آمده بود ترانه‌ای را که ربوده شدن لیلا، دختر کنت دومونت فورت، رئیس ایتالیایی نظمیهٔ تهران، را اطلاع‌رسانی می‌کرد نقل کرده، سپس از انتشار آن در شیراز و اصفهان می‌نویسد: «این تصنیف از حدود تهران گذشت. کودکان و بزرگ‌ترها آن تصنیف را به خوبی می‌دانستند و در کوچه و بازار اصفهان و شیراز می‌خواندند» (ژوکوفسکی، ۱۹۰۳، به کوشش نوایی، ۱۳۸۲، ص. ۶۹).

۳ـ۴. بهره‌گیری از رسانهٔ ترانه و تصنیف در کنش سیاسی توده‌های مردم

بنا بر نظریهٔ روایت‌های نهانی، عامه برای به اشتراک گذاشتن این روایت‌ها، از استتارهای ساده و پیچیده بهره می‌برند. در استتار ساده، پیام آشکار ولی پیام‌دهنده پنهان است؛ همچون کسی که انتقادی را فریاد می‌زند و در میان انبوه جمعیت پنهان می‌شود. اما در استتار پیچیده، پیام، پنهان ولی پیام‌دهنده آشکار است. در اینجا، آنچه بیان می‌شود دارای دو بن‌مایهٔ سیاسی و بی‌ضرر است تا گوینده، در صورت تعرض گماشتگان حکومت، به پیام بی‌ضرر آن متوسل شود. در تصنیف‌های عامیانه با مضمون سیاسی در عصر قاجاریه می‌توان به هر دو گونهٔ استتار ساده و پیچیده برخورد.

کنت دوگوبینو تأکید می‌کند که «بیشتر تصنیف‌های ایرانیان سیاسی است» (گوبینو، ۱۸۶۲، ترجمهٔ هوشنگ مهدوی، ۱۳۶۷، ص. ۴۲۹). در جای دیگری می‌نویسد: «مضمون این تصنیف‌ها به قدری زننده است که در مملکت ما پلیس هرگز اجازه نمی‌دهد که چنین تصانیفی را مردم بخوانند» (آرین‌پور، ۱۳۸۷، ج.۱./ص.۱۵۸).

واقعیت این است که در ایران هم نظمیه و سایر اجزای حکومت به جلوگیری از انتشار این تصنیف‌ها تمایل داشتند، اما توان اجرای آن را نداشتند. چنان‌که کاساکوفسکی دربارهٔ پراکنده شدن تصنیف آبجی مظفر می‌نویسد: فرمان‌فرما با تهدید قطع کردن زبان، خواندن این اشعار را قدغن کرد» (کاساکوفسکی،۱۹۶۰، ترجمهٔ جلی، ۱۳۴۴، ص. ۱۴۳).

کارلا سرنا[۱۷] نیز که در عصر ناصری به ایران سفر کرده بود مدعی است پس از ممنوع شدن تصنیفی که از زندگی خصوصی یکی از دختران ناصرالدین‌شاه اطلاع‌رسانی می‌کرد، تمایل مردم به خواندن آن بیشتر شد:

شاه یکی از دختران خود را به یکی از سران روحانیون در تهران داده است. درمورد این ازدواج مصلحتی که نقل محافل و مورد تمسخر اهالی شوخ‌طبع قرار گرفته، مردم تصنیفی ساخته‌اند و بر سر کوی و بازار می‌خوانند. این تصنیف‌ها به گوش ناصرالدین‌شاه هم رسیده و خوانندگان را به بریدن گوش و بینی تهدید کرده است، ولی بعد از این تهدید، حتی ابیات تصنیف زیادتر و علاقهٔ مردم به شنیدن آن بیشتر شده است (سرنا، ۱۸۸۳، ترجمهٔ سعیدی، ۱۳۶۲، ص. ۷۸).

شفاهی بودن این رسانه به آن پوششی می‌بخشید تا خوانندگان و حاملان آن‌ها امنیت بیشتری داشته باشند چون پس از پایان ترانه، رد پایی از خوانندهٔ آن در کوچه و پس‌کوچه، به جا نمی‌ماند تا گماشتگان حکومت آن‌ها را دستگیر یا مورد آزار قرار دهند و هر کسی می‌توانست از مسئولیت خواندن آن شانه خالی کند. در این میان، خواندن بسیاری از این ترانه‌ها توسط کودکان، تنبیه گویندگان را دشوارتر می‌کرد.

شاهزاده عین‌السلطنه از اینکه سرایندهٔ اشعاری که از شاه و صدراعظم انتقاد کرده‌اند مشخص نیست به سختی خشمگین است: «اشعار زیاد، مفسدین و الواط شهر گفته و در کوچه بچه‌ها می‌خوانند. تمامش هجو شاه و صدر اعظم است [...] نمی‌دانم کدام پدرسوخته گفته» (سالور، ۱۳۷۴، ج.۱/ص. ۱۰۷۱).

ادوارد یاکوب پولاک نیز به سرایندگان بی‌نام و نشان اشاره می‌کند: «زمینه از اشعار بازاری که از جانب سرایندگان بی‌نام و نشان سروده شده است و به آن هجو و تصنیفک می‌گویند نیز خالی نیست. در این اشعار شخصیت‌های منفور اغلب به سختی مورد استهزا قرار می‌گیرند» (پولاک، ۱۸۶۵، ترجمهٔ جهانداری، ۱۳۶۸، ص. ۱۹۰).

به این ترتیب، شفاهی بودن رسانهٔ ترانه و تصنیف، قابلیت فرار از سانسور را برای آن فراهم می‌کرد و درنتیجه پیام می‌توانست با گریز از تنگناهای سلطه آن گونه که ارتباط‌گر می‌خواست به مخاطب منتقل شود. از سویی «هر قدر یک فرد بیشتر خود را

به یک جمعیت متعلق بداند احتمال اثرگذاری بر برداشت‌های او از طریق پیام‌هایی که با ارزش‌های آن جمعیت همراه است بیشتر خواهد بود» (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی، ۱۳۸۸، ص. ۵۸). از همین رو، گردش و تأثیر پیام‌ها با استفاده از رسانهٔ تصنیف در بین توده‌ها همواره رو به افزایش داشت و آن را به ابزاری مؤثر در کارزار سیاسی آن‌ها با نخبگان حاکم تبدیل می‌کرد.

اما توده‌های مردم سازوکاری را برای نظارت بر هم‌ترازان خود سامان‌دهی می‌کنند که جیمز سی. اسکات از آن به‌عنوان نظام مراقبت و ملامت یاد می‌کند. در این سازوکار، همان اندازه که زمامداران، توده‌ها را زیر نظر دارند عامه، خود نیز مراقب یکدیگرند تا هیچ یک تلاش نکند به حاکمان نزدیک شود یا خودش را برای آن‌ها شیرین کند. تقرب جستن به زمامداران مجازات‌هایی را به دنبال دارد که حداقل آن‌ها طرد شدن از محافل مردمی و تحمل تنهایی است (اسکات، ۱۹۹۰، ترجمهٔ خاکباز، ۱۳۹۶، ص. ۱۴۳). متناظر با این دیدگاه، در حوزهٔ ارتباطات در نظریهٔ «مارپیچ سکوت» الیزابت نوئل تأکید می‌کند که بیشتر افراد در انتخاب نگرش‌ها و ابراز دیدگاه‌هایی معین از تنها ماندن می‌هراسند و دائم پیرامون خود را پایش می‌کنند تا دریابند چه عقیده‌ای فراگیر و چه دیدگاهی در حال افول است. اگر نظر ایشان نیز با عقاید در حال افول همسان باشد به خاطر ترس از انزوا از ابراز آن پرهیز می‌کنند. به این ترتیب، دیدگاه غالب و فراگیر، مجال گسترش بیشتر هم پیدا می‌کند (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی، ۱۳۸۸، ص.۱۱۳). این وضعیت، تکرار بیشتر تصنیف‌هایی را به دنبال داشت که در نقد حکمرانان بین مردم منتشر می‌شدند. هر یک از آحاد مردم، برای آنکه از افراد پیرامون خود طرد نشوند و مورد پذیرش بیشتر آن‌ها قرار گیرند در خواندن و زمزمهٔ این

تصنیف‌های عمدتاً افشاگر با آن‌ها هم‌نوایی می‌کردند و به این ترتیب جایگاه این رسانه در بین این گروه‌ها تقویت می‌شد.

از سوی دیگر، نظریه‌پردازان حوزهٔ رسانه معتقدند «افراد تمایل دارند به منابعی از اطلاعات دسترسی داشته باشند که با موقعیت موجود آنان همسو است و به دنبال اطلاعاتی می‌گردند که رفتار واقعی‌شان را تقویت و تأیید کند» (همان، ص. ۳۷). از همین رو توده‌ها در کشمکش با سلطهٔ گروه‌های حاکم، اطلاعاتی را جست‌وجو می‌کنند که روایت نهانی آن‌ها و تلاششان را برای انتقاد از گروه‌های مسلط تأیید کند.

خانواده را می‌توان یکی از محافل امن یا گهواره‌های روایت نهانی عامه به شمار آورد؛ مثالی برای آنچه جامعه‌شناسان از آن به‌عنوان «گروه اولیه» یاد می‌کنند. جایگاه گروه‌های اولیه و مرجع در فرایند ارتباطات که توسط جان وایت رایلی و متیلدا وایت رایلی تبیین شد امکان ترسیم پلی را بین نظریهٔ روایت‌های نهانی و دیدگاه آن‌ها را فراهم می‌آورد. نزدیک‌ترین محافل دوستانه یا خویشاوندی همچون خانواده، گروه‌های اولیه را تشکیل می‌دهند و گروه‌های مرجع، گروه‌هایی هستند که دیگران ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و رفتار خود را با کمک آن‌ها تعریف می‌کنند (همان، ص. ۵۲). رایلی‌ها بر این باورند که افراد در ارسال یا دریافت پیام، عموماً تحت تأثیر گروه‌های اولیه هستند. اگر فردی نقش ارسال‌کننده را داشته باشد این تأثیرپذیری، در شیوهٔ انتخاب و شکل دادن به پیام به گونه‌ای مشخص جلوگر می‌شود و اگر نقش گیرنده داشته باشد ممکن است تحت هدایت گروه‌های اولیه، پیام‌ها را گزینش یا درک کند و به آن‌ها واکنش نشان دهد (همان، ص. ۵۳). به این ترتیب، افراد در هر سه مرحلهٔ انتخاب، شکل دادن و انتشار پیام از این محافل امن که آن‌ها را از یک سو گروه‌های اولیه و از سوی دیگر گهوارهٔ روایت نهانی می‌نامیم متأثرند.

۳ـ۵. مخاطبان فعال

تصنیف را در عصر قاجاریه می‌توان از گونهٔ «رسانه‌های تعاملی» دانست که در آن هر دو سوی ارتباط‌گیرندگان و شنوندگان در خلق و دگرگون شدن آثار دخیل‌اند: «در فرهنگ‌های شفاهی، آوازها و داستان‌ها به شکل‌هایی منعطف و سیال و نه قطعی و نهایی به اجرا در می‌آمدند و خلق اثر کاری جمعی بود» (بریگز، ۲۰۰۵، ترجمهٔ نمکدوست، ۱۳۹۱، ص. ۲۱).

از سوی دیگر، یکی از ویژگی‌های مهم ارتباطات سنتی که ناشی از شفاهی و چهره به چهره بودن آن‌هاست «امکان دریافت سریع عکس‌العمل و بازخورد مخاطب» و «انعطاف لازم برای تغییر بافت و محتوای پیام و تشدید تأثیر بر مخاطب است» (فرقانی، ۱۳۸۲، ص. ۷۳). پس مخاطبان نه‌تنها با خلاقیت یا اطلاعات خود بلکه با نوع واکنشی هم که به پیام نشان می‌دادند در تغییر شکل یا محتوای آن تأثیر می‌گذاشتند.

در ساده‌ترین نوع تغییرات، ممکن بود مخاطبان، محتوای یک تصنیف را برای افرادی که وضعیت تقریباً مشابهی داشتند به کار برند. چنان‌که هنگام عزل ظل‌السلطان از بسیاری از مناصبش می‌خواندند:

«شازده جان خوب کردی رفتی
قاچ زینو بگیر نیفتی» (ژوکوفسکی، ۱۹۰۳، به کوشش نوایی، ص. ۷۸).

و همین بیت را برای عبدالعلی خان احتشام‌الدوله، فرزند فرهاد میرزا معتمدالدوله، می‌خواندند که در اعزام به حکومت خمسه به شدت توسط جهانشاه خان افشار تحقیر شده، بازگشته بود. در این تصنیف «عبدی» را جانشین «شازده» کرده بودند:

«عبدی جان خوب کردی رفتی
قاچ زینو بگیر نیفتی» (مستوفی، ۱۳۷۷، ج.۱/ص. ۳۰۹).

در ابیات بالا، شنوندهٔ تصنیف، تنها در حد جایگزین کردن یک اسم با نامی دیگر در آن دخالت کرده است، اما در بسیاری دیگر از تصنیف‌ها در رمزگشایی و تفسیر پیام هم نقش داشته و فعال است؛ به این صورت که در آغاز، ارتباط‌گر یا فرستنده «معنا را تبدیل به پیام و پیام را به اطلاعات» تبدیل می‌کند. گیرنده، اطلاعات را به شکل یک پیام دریافت کرده و آن را رمزگشایی می‌کند که این پیام رمزگشایی‌شده به نوبهٔ خود تبدیل به معنا می‌شود» (مکوایل، ۱۹۸۱، ترجمهٔ میرانی، ۱۳۸۸، ص. ۲۴).

هنگامی که در ترانهٔ «آبجی مظفر اومده، برگ چغندر اومده» فرستندهٔ پیام به جای مظفرالدین‌شاه از عبارت «آبجی مظفر» بهره می‌برد با رمزگذاری، عنوان تازه‌ای را برای شاه وقت انتخاب کرده که در مقصد، مخاطب باید آن را رمزگشایی کند و بداند که این آبجی مظفر همان مظفرالدین‌شاه است و معنایی دربارهٔ سست‌عنصری شاه در ذهن او شکل می‌گیرد. همچنین است لقب «شازده لوچه» که بدون آنکه نامی از مسعود میرزا ظل‌السلطان در کل تصنیف ببرد به او اشاره دارد و مخاطب باید آن را رمزگشایی کند. همین طور لقب «شاه کج‌کلا» در ترانهٔ «شاه کج کلا، رفته کربلا» که مخاطب باید پس از رمزگشایی پی ببرد که او ناصرالدین‌شاه است و چون شاه، هنگام مستی کلاهش را کج می‌گذاشت و به «شاه کج‌کلاه» مشهور شده بود معنا به صورت طعنه‌ای در آن نهفته است که شاهی که اهل می و مستی و کج نهادن کلاه است برای زیارت راهی کربلا شده است. «حاکم فلفل نمکی» هم لقبی برای محمود خان ناصرالملک بود که در بیتی دربارهٔ او شهرت یافته بود و چون برعکس سلفش، آصف‌الدوله، که خشونتی بی‌اندازه داشت ملایمتی بیش از حد نشان می‌داد و لباسی به رنگ فلفل نمکی می‌پوشید به این صفت ملقب شده بود و بر عهدهٔ شنونده بود که با رمزگشایی از آن، هم دریابد که به

چه کسی اشاره دارد و هم به این معنا پی ببرد که این اندازه از ملایمت درخور حاکم نیست و اسباب سودجویی مجرمان و بزهکاران می‌شود:

«شاه ما داده به ما حاکم فلفل نمکی

نه به اون شوری شور و نه به این بی‌نمکی» (بامداد، ۱۳۶۳، ج.۱/ص. ۳۱۰)

این رمزگذاری از طرف سرایندگان به گونه‌ای بود که مخاطبان می‌توانستند آن‌ها را رمزگشایی کنند. چنان که عبدالله مستوفی در ذکر ماجرای اعتراض به تجملات استقبال از ژنرال کروپاتکین روس می‌نویسد: «مضمون آن ترانه را همه کس می‌شنید و مقصود را بدون آنکه حرفی از سفیر روسیه در کار باشد درک می‌کرد» (مستوفی، ۱۳۷۷، ج.۱/ص.۵۰۹)، اما از سوی دیگر، خوانندهٔ اشعار در صورت تعرض گماشتگان حکومت می‌توانست منکر تعریض به سفیر روسیه یا هر یک از مقامات دیگر شود.

تعاملی بودن بعضی رسانه‌ها به اندازه‌ای است که «برخی هر دو طرف ارتباط را منبع می‌دانند» (محسنیان راد، ۱۳۹۰، ص. ۳۰). فعال بودن مخاطبان در برابر پیام‌های رسانهٔ تصنیف به گونه‌ای بود که آزادانه یا به تصنیف می‌افزودند و یا برخی عبارات را به اقتضای اطلاعات جدیدی که داشتند به آن می‌افزودند؛ در چنین رسانه‌ای «فردیت مخاطب زایل نمی‌شود» (همان، ص. ۳۹). چنان که بعضی افراد با اطلاع از گرایش مظفرالدین‌شاه به طریقت شیخیه و علاقهٔ او به این مباحث، ترانهٔ مشهور «آبجی مظفر» را به این صورت تغییر داده بودند: «ملا مظفر اومده، برگ چغندر اومده» (کاساکوفسکی،۱۹۶۰، ترجمهٔ جلی، ۱۳۴۴، ص. ۱۴۲).

به این ترتیب با آزادی مخاطبان، جهت گزینش و تغییر در محتوا، رسانهٔ تصنیف برای ایجاد فضایی دموکراتیک در بین توده‌ها نیز به کار گرفته می‌شد. نظریهٔ هنجاری مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها، همین وضعیت را توصیف می‌کند. لیزا مولر، واضع این

نظریه، کارکرد رسانه‌ها را هم در برقراری ارتباط عمودی بین حکومت و مردم تشریح می‌کند و هم به‌عنوان ابزاری برای سامان یافتن ارتباط‌های افقی بین مردم.

مولر برای تشریح رسانه‌های توده‌ای به تعاملی بودن آن‌ها، تنوعشان، نهادزدایی و محلی بودن توجه می‌کند (محسنیان راد، ۱۳۹۵، ص. ۴۴۹). این ویژگی‌ها با بسیاری از مختصات رسانه‌ای تصنیف و ترانه در عصر قاجاریه منطبق است. کنجکاوی مردم برای دریافت اطلاعات صحیح باعث می‌شد در این حوزه نیز به محافل خودسامان و مستقل از حکومت گرایش پیدا کنند و جست‌وجوی اخبار صحیح به‌ویژه از درون دربار و دولت به دغدغهٔ دائمی آن‌ها تبدیل شود:

> مقرراتی را که دولت اخیراً وضع کرده یا تصمیمی را که درصدد است به زودی بگیرد مورد انتقاد قرار می‌دهند [...] وقایعی را که شب گذشته یا همان روز در حرمسرای شاهی روی داده و حتی دعوای فلان خانم با شوهرش را کلمه به کلمه تعریف می‌کنند. بدین سان اخبار رسوایی‌برانگیز، بی پرده و دهان به دهان، نقل می‌شود (گوبینو، ۱۸۵۹، ترجمهٔ هوشنگ مهدوی، ۱۳۶۷، ص. ۳۰۹).

بهره‌گیری از رسانهٔ تصنیف برای خنثی کردن این تدبیر حکومت پس از شکست در جنگ مرو در سال ۱۲۷۳ق قابل مشاهده است. دربار با برقراری ارتباط عمودی در هرم قدرت و اطلاع‌رسانی از رأس به قاعدهٔ هرم اجتماع، تلاش می‌کرد شکست را پنهان و به‌عنوان پیروزی از آن یاد کند: «در صدد بودند که این خبر را از مردم مخفی نگه دارند، ولی مگر این کار امکان داشت؟ به زودی در کوچه و بازار همه این خبر را به یکدیگر می‌گفتند و حتی بعضی‌ها هم اشعاری در هجو قشون شاه درست کرده بودند و می‌خواندند» (بروگش، ۱۸۶۲، ترجمهٔ کردبچه، ۱۳۶۷، ج.۲/ص. ۱۹۹).

در ماجرای ازدواج شکوه‌الدوله، دختر مظفرالدین شاه، با سید ابوالقاسم امام جمعه نیز که محمدعلی میرزای ولیعهد، طلاق او را به اجبار از همسر اولش گرفته بود

حکومت تلاش می‌کرد غیرشرعی بودن این عقد را پنهان کند، اما تصنیفی که دربارهٔ این واقعه انتشار یافت در تقابل با اطلاع‌رسانی حکومت و برقراری ارتباط عمودی در هرم قدرت، حقیقت ماجرا را با به سامان رساندن ارتباطات افقی، بین مردم منتشر می‌کرد:

«حقا امام جمعه در دین یقین نداره
این کار، کار عشقه ربطی به دین نداره» (بامداد، ۱۳۶۳، ج.۵/ص.۶۰)

۳ـ۶. اعطای پایگاه اجتماعی در رسانهٔ ترانه و تصنیف

دن لافی با تمرکز بر کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها به این نتیجه می‌رسد که رسانه‌ها شأن و منزلت افراد، سازمان‌ها، جنبش‌های اجتماعی و حتی مسائل عمومی را تعیین می‌کنند. او بر این باور است که رسانه‌ها هنجارهای اجتماعی را تحکیم و با اشاره به وضعیت‌هایی که در تضاد با معیارهای اخلاقی جامعه است کنش اجتماعی سازمان‌یافته‌ای را دنبال می‌کنند (لافی، ۲۰۰۷، ترجمهٔ نوربخش، ۱۳۹۶، ص. ۴۴).

از پرده بیرون انداختن فساد اخلاقی نخبگان حاکم در عصر قاجاریه یکی از موضوعات اصلی تصنیف‌ها بود که مصداق این کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها محسوب می‌شود. موضوع ارتباط دوست محمدخان معیرالممالک با دخترش فخرالتاج در تصنیفی طولانی به اطلاع عموم می‌رسد:

«فخر تاج ایرانی
زرگنده تو مهمانی
گهواره می‌جنبانی
ای معیر ثانی
قدر خود نمی‌دانی» (شاملو، ۱۳۷۷، ج.۲/ص. ۱۱۲۸).

«اعطای پایگاه اجتماعی» در ترانه‌ای که پس از مغضوب شدن مسعود میرزا ظل‌السلطان در چشم ناصرالدین‌شاه دربارهٔ او منتشر شد به خوبی آشکار است. در این ترانه تأکید می‌شود که ظل‌السلطان اسباب شکوه و تجمل پیشینش را یک به یک از دست داده، دیگر جایگاه گذشته را ندارد:

«گاری امیرزاده کو؟
جام پر از باده کو؟
آن بچه‌های ساده کو؟
کو اصفهان پاتخت من؟
کو توبچی و کو تخت من؟
کوه حکم‌های سخت من؟
ای خدا ببین این بخت من
شاه بابا گناه من چه بود؟
این روز سیاه من چه بود؟» (ژوکوفسکی، ۱۹۰۳، به کوشش نوایی، ۱۳۸۲، ص. ۷۸).

حکومت قاجاریه پس از ترور ناصرالدین‌شاه در ارتباطات و اطلاع‌رسانی عمودی، تمایل داشت میرزا رضای کرمانی، قاتل شاه، را بابی و نامسلمان معرفی کند، اما مردم در ارتباطات و اطلاع‌رسانی افقی، او را مسلمانی معتقد معرفی می‌کنند. والنتین ژوکوفسکی که در همان روزها در ایران به سر می‌برد می‌نویسد:

بنا به گفتهٔ مردم، میرزا رضا در حالی که ناصرالدین شاه را می‌کشت این اشعار را بر زبان می‌راند:

«غلام شاه جهانم
محب هشت و چهارم
فدایی همه ایران

رضای شاه شکارم» (همان، ص.۱۸۹).

این ستایش میرزا رضا در ترانهٔ دیگری نیز بازتاب یافته است که در رسانهٔ توده در تعارض با رسانهٔ حکومت معرفی می‌شود:

میرزا رضای رشیدُم
چادر به سر کشیدُم
تپونچه رو گروندی
بوای شا سوزوندی (همایونی، ۱۳۷۹، ص. ۳۹۱).

توده‌ها با رسانهٔ تصنیف برخی را که رسانه‌های حکومت برکشیده بودند فرود می‌آوردند و بعضی را که گروه‌های مسلط تحقیر کرده بودند برمی‌کشیدند و ستایش می‌کردند. اعطای پایگاه اجتماعی در رسانهٔ تصنیف در این رفتار منسوب به ناصرالدین‌شاه که کنت دوگوبینو وزیر مختار فرانسه در عصر محمدشاه و سال‌های آغازین حکومت ناصرالدین‌شاه نقل می‌کند هویداست: شاه از هر کس بهتر می‌داند با چه اشخاصی کار می‌کند و زیردستانش از چه قماش مردمی هستند. چه بسا آن‌ها را دست می‌اندازد و تصانیفی را که مردم در حق آن‌ها ساخته‌اند و در کوچه و بازار می‌خوانند حکم می‌کند در مجلس شاهانه برایشان بخوانند» (آرین‌پور، ۱۳۸۷، ج.۱/ص. ۱۵۸).

تلاش برای تغییر پایگاه اجتماعی و انتصاب به رأس هرم قدرت با تقرب به دربار به‌ویژه با ازدواج‌های درباری در عصر قاجاریه کم‌نظیر نبوده است. این تلاش برای تقرب به نخبگان حاکم، همان گونه که پیش از این از نظریهٔ روایت‌های نهانی جیمز اسکات یاد کردیم در نظام مراقبت و ملامت توده‌ها نکوهش می‌شود و کسی که تمایل دارد پایگاه اجتماعی‌اش را در هم‌نشینی با گروه‌های حاکم دگرگون کند در سخن مردم، سرزنش و تحقیر می‌شود. نمونهٔ آن، ازدواج ربابه، دختر ابوالحسن معمار، با

ناصرالدین‌شاه بود که شاه به محض دیدن دختر، او را به خانهٔ پدر برگرداند و ربابه، پیش از آنکه به جایگاه اجتماعی جدیدش که همسری شاه بود دست یابد، به خانه بازگشت و این واقعه در تصنیفی به اطلاع همگان رسید:

«یل زری نداشتی؟
تنبان مرواری نداشتی؟
شوهر شاه می‌خواستی؟
رو رو رو ربابه
دلم واست کبابه» (مستوفی، ۱۳۷۷، ج.۱/ص. ۳۷۹).

۴.نتیجه

کارکردهای رسانه‌ای متنوع تصنیف‌های سیاسی و اجتماعی در دوران پیشامدرن، ناشی از پیچیدگی رفتار سیاسی توده‌های مردم است. نخستین جلوهٔ رویارویی عامه با نخبگان حاکم در پراکندن روایت‌های دو طرف، پیرامون وضعیت جامعه نمایان می‌شد. توده‌های مردم برای انتشار روایت خود، تنها قالب‌های فرهنگ عامه را در اختیار داشتند. تعداد زیاد تصنیف‌های عامیانهٔ متداول در دورهٔ قاجاریه، عصر پیشامشروطه که آگاهی‌های مختلفی از زندگی اجتماعی و سیاسی مردم را منتقل می‌کردند نشان می‌دهد که توده‌ها از این قالب ادبی برای انتقال اطلاعات بهره می‌بردند.

نقشی که به خاطرسپاریِ اطلاعات در جهان پیشامدرن داشت اهمیت رسانهٔ تصنیف را بیشتر می‌کرد. آهنگین بودن تصنیف‌ها به حافظه سپردن آن‌ها را تسهیل می‌کرد. از سویی وزن ابیات این تصنیف‌ها کوتاه بودند، تعابیر و توصیف‌ها هم ساده بود که معمولاً آن‌ها را حتی برای کودکان قابل فهم می‌کرد. طنزآمیز بودن بسیاری از این

تصنیف‌ها ویژگی دیگری بود که افراد مختلف را به شنیدن و نقل آن‌ها تشویق می‌کرد. به این ترتیب، سرعت انتشار و به تبع آن، آگاهی‌های درون آن‌ها بیشتر می‌شد.

این رسانهٔ توده‌ها در کارزار سیاسی آن‌ها با گروه‌های مسلط به شکل مؤثری کاربرد می‌یافت. مصون ماندن از گزند گماشتگان قدرت، نیازمند استتار پیام‌ها به صورت ساده یا پیچیده بود. در استتار ساده، پیام آشکار ولی پیام‌دهنده پنهان بود و در استتار پیچیده، برعکس. شفاهی بودن رسانهٔ تصنیف، که ردپایی از یک متن ثابت و قابل استناد را بر جا نمی‌گذاشت، به استتار سادهٔ آن کمک می‌کرد. از سوی دیگر، عدم ثبت آن به علت شفاهی بودن، آن را در برابر دستگاه سانسور حکومت صیانت می‌کرد. در استتار پیچیده، برخی عبارات و عناوین به‌کار رفته در تصنیف، دارای دو معنای سیاسی و بی‌ضرر بودند. در اینجا، شاهد رمزگذاری مضامین هستیم و این همان فرایندی است که در ارتباطات به صورت تبدیل معنا به پیام و پیام به اطلاعات، از طرف ارتباط‌گر آغاز می‌شود تا مخاطب نیز اطلاعات دریافت‌شده را رمزگشایی و آن را به معنا تبدیل کند و تمام این مسیر برای توسل معصومانه به معنای بی‌ضرر و غیرسیاسی تصنیف در صورت تعرض مأموران حکومت طی می‌شد.

توده‌ها براساس نظام مراقبت و ملامتی که بین خود داشتند به تصنیف‌های سیاسی اهمیت می‌دادند و برای آنکه بین هم‌ترازان خود بیشتر پذیرفته شوند این تصنیف‌ها را نقل و زمزمه می‌کردند و به این صورت بر سرعت و گسترهٔ انتشار تصنیف می‌افزودند. اما از سوی دیگر، مخاطب این تصنیف‌ها منفعل نبودند. شفاهی بودن تصنیف، نوعی از آزادی برای تغییر و دستکاری در آن را فراهم می‌کرد که همین نکته وجهی دموکراتیک به آن می‌بخشید و از طرفی تصنیف را در گونهٔ رسانه‌های تعاملی طبقه‌بندی می‌کرد که هر دو طرف گوینده و شنونده در شکل‌گیری پیام نقش داشتند. به این ترتیب، شاهد

حضور «مخاطب فعال» در این رسانه هستیم؛ رسانه‌ای که در آن «فردیت مخاطب» از بین نمی‌رفت. این فعال بودن مخاطب و آزادی او در دستکاری شکل و محتوای تصنیف، به اندازه‌ای است که هر دو طرف خواننده و شنوندهٔ تصنیف را «منبع» می‌دانیم. از طرفی ماهیت شفاهی این رسانه سبب می‌شد گویندهٔ پیام یا خوانندهٔ تصنیف، در بسیاری اوقات عکس‌العمل و بازخورد مخاطب را به سرعت دریافت کند، پیام را به گونه‌ای که تأثیر آن شدیدتر شود تغییر دهد و یا بر بخشی از اطلاعات و آگاهی‌های درون آن بیشتر تأکید کند.

جامعهٔ ایران در عصر قاجاریه، دورهٔ پیشامشروطه، همچون بسیاری از جوامع پیشامدرن ساختاری هرمی داشت که دربار در رأس هرم و عامهٔ مردم در قاعدهٔ آن قرار داشتند. در این ساختار، دربار علاقه داشت تنها با برقراری ارتباط عمودی از رأس به قاعدهٔ هرم، روایت خود را به گوش عامه برساند، اما مردم با برقراری ارتباط‌های افقی، روایت نهانی خود را پراکنده می‌کردند که رسانهٔ تصنیف یکی از ابزارهای کارا در این مسیر بود. این اطلاع‌رسانی توده، نه‌تنها پیرامون حوادثی که حکومت می‌خواست گزارشی تحریف‌شده را از آن‌ها منتشر کند انجام می‌شد، بلکه عامه با اطلاعاتی که در قالب تصنیف‌ها منتشر می‌کردند به منازعه با حکومت پیرامون منزلت و پایگاه اجتماعی افراد می‌پرداختند. توده‌ها با انتشار تصنیف‌هایی که جزئیاتی از زندگی خصوصی برخی از نخبگان حاکم را از پرده بیرون می‌انداخت آن‌ها را از منزلت و پایگاه اجتماعی، که دربار به آن‌ها می‌بخشید، فرو می‌کشیدند و گاهی افرادی را که حکومت سعی در تخریب جایگاه اجتماعی و منزلت آن‌ها داشت با پراکندن تصنیف‌هایی که در تکریم آن‌ها ساخته بودند، برمی‌کشیدند و ستایش می‌کردند. به این ترتیب، تصنیف‌سازی مردم، کارکرد اعطای پایگاه اجتماعی به افراد نیز می‌یافت. انتشار تصنیف‌هایی که به شکسته

شدن هنجارهای اخلاقی جامعه توسط برخی افراد گروه‌های مسلط اشاره می‌کردند و از سویی ساختن تصنیف‌هایی که بر پای‌بندی بعضی مغضوبان حکومت به ارزش‌های اخلاقی جامعه تأکید داشتند به تحکیم این هنجارها منجر می‌شد که این نیز از کارکردهای مهم رسانه‌هاست.

پی‌نوشت‌ها

1. James C. Scott
2. Hidden Transcripts
3. Elisabeth Noelle Neumann
4. normative theory of democratic media participation
5. Lisa Muller
6. Riley
7. social status
8. laughey
9. Harold Lasswell
10. Braddock
11. sub social nets
12. Edward Granville Browne
13. Edward Jacob Polak
14. Arthur de Gubineau
15. Kosogovski
16. Zhukovski
17. Carla Serena

منابع

آرین‌پور، ی. (۱۳۸۷). *از صبا تا نیما*. ج۱ و ۲. تهران: زوار.

اسکات، ج. (۱۹۹۰). *سلطه و هنر مقاومت: روایت‌های نهانی*. ترجمهٔ ا. خاکباز (۱۳۹۶). تهران: نشر مرکز.

بامداد، م. (۱۳۶۳). *شرح حال رجال ایران*. ج۱ و ۳. تهران: زوار.

براون، ا. (۱۸۹۰). *یک سال در میان ایرانیان*. ترجمهٔ مانی صالحی علامه (۱۳۸۶). تهران: اختران.

بروگش، ه. (۱۸۶۲). *سفری به دربار سلطان صاحب قران*. ج۲. ترجمهٔ م.ح. کردبچه (۱۳۶۷). تهران: اطلاعات.

بریگز، آ. (۲۰۰۵). *تاریخ اجتماعی رسانه‌ها؛ از گوتنبرگ تا اینترنت*. ترجمهٔ ح. نمکدوست تهرانی (۱۳۹۱). تهران: همشهری.

پناهی سمنانی، م.ا. (۱۳۸۱). *ترانه‌های ملی ایران: سیری در ترانه و ترانه‌سرایی در ایران*. تهران: هیرمند.

پناهی سمنانی، م. (۱۳۸۴). *تاریخ در ترانه*. تهران: پژواک کیوان.

پولاک، ی. (۱۸۶۵). *سفرنامهٔ پولاک (ایران و ایرانیان)*. ترجمهٔ ک. جهانداری (۱۳۶۸). تهران: خوارزمی.

ژوکوفسکی، و. (۱۹۰۳). *ترانه‌های عامیانهٔ ایران در عصر قاجاری*. به کوشش ع. نوایی (۱۳۸۱). تهران: اساطیر.

سالور، ق. (۱۳۷۴). *روزنامهٔ خاطرات عین‌السلطنه*. ج۲. به کوشش م. سالور و ا. افشار. تهران: اساطیر.

سرنا، ک. (۱۸۸۳). *آدم ها و آئین‌ها در ایران؛ سفرنامهٔ کارلا سرنا*. ترجمهٔ ع.ا. سعیدی (۱۳۶۲). تهران: زوار.

شاملو، ا. (۱۳۷۷). *کتاب کوچه*. ج۱. تهران: مازیار.

فاضل، س. (۱۳۷۹). *تصنیف‌سرایی در ادب فارسی*. تهران: حوزهٔ هنری.

فرقانی، م. (۱۳۸۲). *درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

قاسمی، ف. (۱۳۸۰). *مطبوعات ایران در قرن بیستم*. تهران: قصه.

کاساکوفسکی، و. (۱۹۶۰). *خاطرات کلنل کاساکوفسکی*. ترجمهٔ ع. قلی جلی (۱۳۴۴). تهران: کتاب‌های سیمرغ.

کاظمی، ب. (۱۳۸۰). *هویت ملی در ترانه‌های اقوام ایرانی*. تهران: مؤسسهٔ مطالعات ملی.

کرون، پ. (۲۰۰۳). *جامعه‌های ماقبل صنعتی*. ترجمهٔ م. جعفری (۱۳۹۵). تهران: ماهی.

گرجی، م. (۱۳۹۶). سبک و شگرد بهار در تصنیف‌سرایی. *پژوهش زبان و ادبیات فارسی*، *۴۵*، ۱۵۵ ـ ۱۱۷.

گوبینو، ژ. (۱۳۶۷). *سفرنامهٔ کنت دو گوبینو یا سه سال در ایران*. ترجمهٔ ع. هوشنگ مهدوی (۱۳۶۷). تهران: کتاب‌سرا.

لافی، د. (۲۰۰۷). *موضوعات کلیدی در نظریهٔ رسانه‌ها*. ترجمهٔ ی. نوربخش (۱۳۹۶). تهران: علمی و فرهنگی.

محسنیان راد، م. (۱۳۹۹). *رسانه‌شناسی*. تهران: سمت.

محسنیان راد، م. (۱۳۹۰). مخاطبان منفعل یا افراد گزینشگر آن سوی رسانه‌ها. *تحقیقات فرهنگی ایران*، *۱۳*، ۲۷ـ ۴۸.

مستوفی، ع. (۱۳۷۷). *شرح زندگی من یا تاریخ اجتماعی، اداری دورهٔ قاجاریه*. ج۱. تهران: زوار.

مکوایل، د.(۱۹۸۱). *مدل‌های ارتباطات جمعی*. ترجمهٔ گ. میرانی (۱۳۸۸). تهران: طرح آینده.

ملاح، ح. (۱۳۶۷). *پیوند موسیقی و شعر*. تهران: فضا.

مهاجری‌زاده، غ. (۱۳۸۹). *ویژگی‌های سبکی تصنیف*. *کتاب ماه ادبیات*، *۱۵۹*، ۵۵ـ۵۷.

همایونی، ص. (۱۳۷۹). *ترانه‌های محلی فارس*. شیراز: بنیاد فارس‌شناسی.

References

Aryanpour, Y.(2008). *From Saba to Nima*. Zavar.

Bamdad, M. (1984). *Biography of Iranian elites*. Zavar.

Briggs, A. (2005). *A social history of the media : from Gutenberg to the Internet* (translated into Farsi by H. Namakdoust). Hamshahri.

Browne, E. (1890). *A year amangst the persians* (translated into Farsi by M. Salehi Allameh). Akhtaran.

Brugsch, H. (1861). *Journey of the imperial Prussian embassy to Persia ,1860 to 1861* (translated into Farsi by M. Kordbache). Elmi Farhangi.

Crone, P. (2003). *Pre-industrial societies* (translated into Farsi by M. Jafari.l Mahi.

Farqani, M. (2003). *An introduction to traditional communication in Iran.* Media Studies and Research Center.

Fazel, S. (2000). *Ballad writing in Persian literature*. Howzeh Honari.

Gobino, J. (1988). *Three years in Iran* (translated into Farsi by A. Hoshang Mahdavi). Kitabsera.

Gorji, M. (2017). Bahar style and skill in ballads. *Persian Language and Literature Research, 45,* 155-117.

Homayoni, S. (2000). *Fars local songs*. Persian Studies Foundation.

Kasakovski, V. (1960*). Memoirs of Colonel Kasakovsky* (translated into Farsi by A. Jalli). Simorgh books.

Kazemi, B. (2001*). National identity in the songs of Iranian peoples*. Institute of National Studies.

Laughey, D. (2007). Key themes in media theory (translated into Farsi by Y. Nourbakhsh). Elmi Farhangi.

Mallah, H. (1988*). Linking music and poetry*. Faza.

McQuail, D. (1981). *Communication models for the study of mass comunications* (translated into Farsi by G. Milani). Tarhe Ayandeh.

Mohajerizadeh, G. (2010). The stylistic features of the ballad. *Month Book of Literature, 159,* 55-57.

Mohsenian Rad, M. (2011). Passive audiences or selective people on the other side of the media. *Iranian Cultural Research, 13,* 27-48.

Mohsenian Rad, M. (2019). *Media* studies. Samt.

Mostofi, A. (1998). *The description of my life or the social and administrative history of the Qajar era*. Zavar.

Panahi Semnani, A. (2002). *Iranian national songs*. Hirmand.

Panahi Semnani, A. (2005). *History in songs*. Pejvak Keyvan.

Polak, J. (1989). *Persia the country and its inhabitants* (translated into Farsi by K. Jahandari). Kharazmi.

Qasemi, F. (2001). *Iranian press in the 20th century*. Qesseh.

Salour, Q. (1995). *Memoirs of Eyno-Saltaneh*. Asatir.

Scott, J. (1990). *Domination and the arts of resistance : hidden transcripts* (translated into Farsi by A. Khakbaz). Markaz.

Serena, C. (1984). *People and rituals in Iran* (translated into Farsi by A. Saeedi). Zavar.

Shamlou, A. (1999). *Ketabe Kouche*. Mazyar.

Zhoukovski, V. (2003). *Iranian folk ballad*. Asatir.